

La News



Giappone, nei calici Barolo e Toscana

Nel mercato più maturo dell'Asia, il Giappone, con i suoi 45 milioni di consumatori di vino, Italia vuol dire soprattutto Piemonte e Toscana. Aspetto che si riflette nelle referenze delle enoteche della capitale Tokyo dove, secondo l'analisi di MiBD Wine Analytics, il Barolo è la seconda denominazione in assoluto più presente (77% del totale, dietro solo a Pauillac, da Bordeaux), a "pari merito" con l'Igt Toscana, e con altre realtà di Bordeaux, ma anche della Napa Valley, per esempio. Un mercato dove il 32% dei consumatori beve vino italiano, e si sceglie soprattutto in base all'abbinamento con il cibo, secondo l'analisi di Wine Intelligence.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Ristorazione, un mese di dura ripartenza

Ad un mese esatto dalla fine del lockdown, è ancora pesantissima la situazione per bar ristoranti d'Italia. Due aziende su tre hanno dovuto ridurre il personale e circa il 40% dichiara che non tutti i dipendenti in cassa integrazione hanno ricevuto il sussidio. Numeri che arrivano dalla nuova indagine, condotta dal Centro Studi di Pipe/Confcommercio, che continua a monitorare la situazione del comparto tra i più colpiti dalla crisi economica. Il calo medio del fatturato è stato del 50%, e la grande maggioranza degli operatori (il 66,4%) pensa che non riuscirà, se non in tempi assai lunghi, a ritornare ai livelli di attività precedenti al lockdown. Servono subito più sostegno alle imprese e liquidità, ma anche un piano strategico di lungo corso, chiesto oggi dalla Pipe negli Stati Generali dell'Economia a Roma.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Tra scuola, tavola e idee per il futuro

Il futuro della scuola? Passa dalla tavola. Appuntamento il 2 luglio, con la cena firmata da Carlo Cracco e Iginio Massari, (che sarà consegnata a casa con "Quality Delivery") abbinata alle bollicine del Franciacorta della griffe Guido Berlucchi, e le premiazioni del concorso "Le Città del Futuro" - selezionate da una giuria composta da Gianna Nannini (produttrice di vino con la Certosa di Belriguardo, nel Chianti Classico), Viviana Mazza ed Edward Rozzo - contest lanciato da Milano Ics International School, sotto l'egida di Regione Lombardia, Città di Milano e Fuorisalone.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

L'export delle Regioni nel primo trimestre 2020: e crescono Veneto, Toscana e Piemonte

In piena tempesta Covid, la nave del vino italiano diretta verso i mercati del mondo, non è naufragata, e anzi, secondo tante fonti (dall'Osservatorio Vinitaly-Nomisma a quello di Unione Italiana Vini, passando per le analisi di Confagricoltura), è riuscita, almeno nei primi 3-4 mesi 2020, a tenere la rotta, pur in mezzo a mille difficoltà portate dal lockdown attuato in tanti Paesi. Lo raccontano anche le performance delle diverse Regioni registrate dall'Istat, analizzate da WineNews. Nel complesso, il primo trimestre parla di un export 2020 cresciuto del 6,2% (sullo stesso periodo 2019), a quota 1,5 miliardi di euro. Il Veneto del Prosecco e dell'Amarone, del Soave e del Lugana, tra gli altri, si conferma locomotiva delle esportazioni italiane, con una crescita del +7,4 per 542 milioni di euro, davanti alla Toscana del Chianti Classico e del Brunello di Montalcino, del Chianti e del Nobile di Montepulciano, del Morellino di Scansano e della Vernaccia, per citare gli alfieri più celebri, che tra le grandi Regioni del vino italiano è quella che è cresciuta di più, a +12,2%, per 246 milioni di euro. Sul gradino più basso del podio c'è il Piemonte di Barolo e Barbaresco, della Barbara d'Asti e del Nizza, del Gavi e dell'Asti, dell'Alta Langa e del Roero, sostanzialmente stabile, a +1,4%, per 235 milioni di euro. Ha tenuto anche il Trentino Alto Adige del Teroldego e del Trentodoc, che ha spedito nel mondo 132 milioni di euro di vino (+3,2%), così come l'Emilia Romagna di Lambrusco e Sangiovese(+0,8%), a 75 milioni di euro. Tra le Regioni principali per valore, in grande sofferenza la Lombardia, in calo del -14,3% a 59 milioni di euro, e anche l'Abruzzo, giù del -2%, a 44 milioni di euro. Crescono in maniera importante le grandi regioni del Sud: +33,6% per la Sicilia, con la sua grande Doc regionale, ma anche con l'Etna, la Val di Noto, Vittoria e così via, che ha spedito vino per 45 milioni di euro, e +20,5% per la Puglia del Primitivo di Manduria e del Salento, del Nero di Troia e dei vini di Castel del Monte, a 44 milioni di euro. In crescita, tra le altre anche il Friuli Venezia Giulia del Collio e del Friulano, a +6,9%, le Marche del Verdicchio e del Rosso Conero a +5,9%, e ancora il Lazio (+16%), le Marche (+5,9%), la Campania (+35%) e la Basilicata (+6,2%).

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Vini per sognare: le etichette italiane più quotate nel mondo

Sognare non costa nulla, ed è importante farlo soprattutto in periodi difficili come questo. Anche attraverso vini da sogno. Secondo Wine-Searcher, il più grande portale di monitoraggio e comparazione di prezzi del vino al mondo, l'etichetta dal prezzo medio più alto è quella dell'Amarone della Valpolicella Classico Selezione di Giuseppe Quintarelli, perla qualitativa del grande territorio veneto, davanti ad un mostro sacro come il Barolo Monfortino Riserva di Giacomo Conterno, a 1.078 euro. Sul podio anche, il Barbaresco Cricchet Paje di Roagna, a 750 euro. Posizione n. 4 per il Masseto, a 712 euro a bottiglia, davanti ad altre due icone di Toscana, il Brunello di Montalcino Riserva Case Basse del compianto Gianfranco Soldera, e a Le Pergole Torte 50 anni di Monteverdine, a 618 euro. Tra le prime 10 etichette italiane più preziose, seguono ancora Quintarelli, con l'Amarone della Valpolicella Classico Riserva che spunta un prezzo medio sui 616 euro, il Barolo Le Rocche di Castiglione Falletto di Bruno Giacosa a 602 euro, il Refosco dei Colli Orientali del Friuli "Calvari" di Miani a 590, il Barolo riserva Ca d'Morissio di Giuseppe Mascarello e Figlio, a 510. E poi via via, tanti altri capolavori enoici di realtà come Biondi Santi, Sandrone, Cappellano, Antinori, Gaja, Giacosa, Roagana, Avignonesi, Aldo Conterno e non solo.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Spesa alimentare e Covid, nel 2020 in Italia si perderanno 24 miliardi di euro (dati Ismea)

Una perdita secca di 24 miliardi di euro per la spesa alimentare in Italia: è il saldo negativo stimato da Ismea nel 2020, risultato dei 34 miliardi di euro che saranno persi per la spesa extradomestica, neanche lontanamente compensati dai 10 di crescita previsti per la spesa domestica. A dirlo i dati Ismea. Guardando in dettaglio al settore del vino, la ripartenza delle attività del canale Horeca, viste le molte restrizioni, non è stata al momento all'insegna di una ritrovata dinamicità della domanda alle prime fasi della filiera in quanto le cantine di molti esercizi commerciali erano già ben fornite e non c'è stato bisogno di nuovi ordini, sottolinea Ismea. Con il mese di maggio, peraltro, anche la Ggo ha frenato le richieste, probabilmente per l'eccessivo accumulo di prodotto.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

L'armonia tra uomo e natura, fondamentale, nella metafora della decortica del sughero

Il sughero, in questa epoca in cui si torna a ragionare sull'equilibrio tra vita e lavoro, tra produzione ed ambiente, come simbolo del connubio perfetto tra uomo e natura, del senso del rispetto da trasferire lungo tutta la catena di creazione del valore, a partire dalle persone. Carlos Veloso dos Santos, ad Amorim Cork Italia: "una pratica che è simbolo di rinnovamento e nasce da saperi antichi che si tramandano da generazioni".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)